

Віктор Карпов
(Київ)

СОЦІОЛОГІЯ МУЗЕЮ. МУЗЕЇ У КУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ

Музеї виступають модераторами діяльності людини у сфері культури, місцем її духовного збагачення, етичного та естетичного розвитку особистості. Кафедра мистецтвознавчої експертизи Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв започаткувала проведення соціологічного опитування з визначення ролі і місця музейних закладів у часопросторі культури. Опитування проводилося методом анкетування за допомогою Google form і паперових анкет у період квітня та до 18 травня 2018 року – Міжнародного дня музеїв. У соціологічному опитуванні взяло участь 270 респондентів. Їх характеристика відображена у відповідях на питання щодо гендерної ознаки, роду занять та віку.

У гендерному питанні маємо цікаве спостереження. Однією із гендерних проблем музейної галузі є фемінізація музеїв, тобто переважне представництво жінок серед працюючих. В структурі персоналу музеїв Київської області жінки складають 69,5%. Фемінізація музеїв призвела до того, що сьогодні зайнятість у музейних закладах сприймається, переважно, як суто «жіноча». І дане опитування підтверджує цей показник – 73,3 % респондентів – це жінки і 26,7 % – чоловіки.

Щодо зайнятості респондентів слід зазначити на великому потенціалі для музейних працівників: 70,4 % працюють, а 31,1 % навчаються, але 4,4 % не працюють і 1,9 % перебувають на пенсії. І де тут потенціал? На нашу думку у співпраці музейних установ із соціальними службами зайнятості та пенсійним фондом у формуванні програм, як освітніх так і дозвіллевих, для непрацюючих громадян та пенсіонерів. І такий висновок підтверджує віковий ценз респондентів у якому виділяємо дві значних групи – це громадяни від 18 до 26 років і друга група від 35 до 45 років. Інші вікові групи менш представлені.

Переважаюча більшість респондентів позитивно ставляться до музеїв (87,8 %) і 12,2 % мають нейтральне відношення. Інтерес до музеїв у першу чергу пов'язаний із захопленням (47 %) та роботою (26,3 %), а вже потім із навчанням (14,1 %). Але найцікавіше криється у відповіді, що інтерес викликаний потребами дітей (3 %). І тут нерозкритий потенціал для роботи із цією категорією і перспектива для музею.

Як «неясний суб'єкт бажання», за визначенням науковців Національного музею Богдана і Варвари Ханенків, оцінили свій інтерес до музею 21,9 % респондентів, що свідчить і про невизначеність соціальної ролі музею у суспільстві та культурному просторі.

Найвищі сходинки рейтингу популярності музеїв у громадян традиційно займають історичні музеї, а це 59,3 % опитаних, та художні музеї – 58, 5 %. За ними йдуть краєзнавчі (35,9 %) та природничі (33,3 %). Етнографічні та галузеві музеї мають однакову оцінку – 26,3 %. Замикають рейтинг меморіальні музеї (16,3 %). Проте, в обласних та районних центрах краєзнавчі музеї співвідносяться у свідомості громадян із історичними музеями і поєднання їх результатів опитування свідчить про значне переважання інтересу суспільства до пізнання власної історії.

Загалом метою відвідування музеїв респонденти визначили отримання нових емоцій і вражень (25,6 %), дізнатись щось нове (25,9 %), отримання задоволення (16,3 %) і проведення із користю вільного часу (15,6 %) . Однак, 40, 7 % респондентів зазначили, що метою відвідування є все вище перелічене.

Сумними є результати відвідуваності музеїв – 26,7 % відвідують музеї раз на три місяці, 19, 3 % раз на півроку, 18, 5 % раз на місяць, 8,5 % раз на рік, а 12, 6 % ще рідше. Такі показники свідчать про те, що музеї не відіграють значної ролі у культурному процесі, а їх соціальний статус незначний. На підтвердження цієї тези 44,1 % респондентів зазначили, що вони відвідують музеї у рідному місті, а 55, 9 % – під час подорожі.

Відвідувачам музеїв найбільше імпонують традиційні форми роботи – 46,3 % бажають отримати екскурсійне обслуговування. Приваблюють відвідувачів змінні експозиції музеїв (36,3 %), інтерактивні форми (30,4 %), майстер-класи та творчі зустрічі (по 27,4 %), менше лекторії (17 %) та віртуальний музей (16,3%).

Традиційність респондентів виявлена і у поглядах на метод подачі інформації про музейний предмет – 56,3 % бажають щоби про нього розповів екскурсовод. Проте і нові форми роботи популярні серед відвідувачів – 32,2 % віддають перевагу аудіо гідам, а 30,7 % – інформаційним tachsreen та відео панелям, QR-код має 12,2 % прихильників.

Як не прикро відзначати, але переважна більшість респондентів рідко (29,3 %) або взагалі не отримують інформації про музеї (21,5 %). Проте не все так і погано – 19,3 % отримують інформацію про музей кожного дня, ще 16,3 % щомісяця і 13,7 % щотижня.

Джерелом отримання інформації переважно є інтернет (47,2 %) і соціальні мережі (45,7 %), а потім вже «сарафанне радіо», поради друзів – 39,3 %. Зазначимо, що поради друзів упродовж багатьох років соціологічних практик у музеях не здають своїх позицій і є стабільним показником. Як не диво, але сайт музею не став основним джерелом отримання інформації про його діяльність – це лише 13,5 % відповідей респондентів, менше від показника реклами (13,9 %).

Серед закладів культури, яким респонденти надають перевагу музеї займають провідне місце (21,5 %) і поступаються лише кінотеатрам за популярністю (25,9 %). У респондентів є вибір – чи піти у парк, чи у музей. Показник популярності парків не поступається показнику популярності музею і складає 21,1 %. У списку популярних і концертні зали (11,5 %) та театри (8,9 %).

Загалом опитування підтвердило високі очікування суспільства від музеїв, а також спроможність музеїв задовольнити попит на музейний продукт. Проте колективам музеїв є й над чим працювати, аби ствердити свій соціальний статус та призначення. Запропонований результат соціологічного опитування, проведеного кафедрою мистецтвознавчої експертизи Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, може стати основою для визначення стратегій розвитку музеїв.

ЛІТЕРАТУРА

1. Соціологія музею: презентація на тлі простору і часу / за заг. ред.. д.і.н., Карпова В.В. – К.: Видавець Олег Філюк, 2016. – 216 с..
2. Карпов В. Соціологія музейної справи. Теоретико-методологічні засади // Міжнародний вісник: культурологія, філологія, музикознавство. – К.: Міленіум, 2015. – Вип. 1 (4). – С. 32 – 35.
3. Karpov V. Ukrainian historiography of museum sociology // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтва: наук. журнал. – К.: Міленіум, 2016. – № 3. – С.3 – 8.
4. Карпов В. Дослідження місця соціології музейної справи у структурі музеєзнавства. // Зарембівські читання: Матеріали П'ятих Всеукраїнських Зарембівських читань «Українське пам'яткознавство: сучасні проблеми та

тенденції», присвячених 100-річчю від дня народження академіка П.Т. Тронька (м. Київ, 15 квітня 2015 р.): Зб. наук. пр.: Титова О.М. (гол. ред.. кол.), Бесов Л.М., Гріффен Л.О. [та ін.]: Центр пам'яткознавства НАН України і УТОПІК. – К.: Центр пам'яткознавства НАН України і УТОПІК, 2015. – С. 32 – 37.

5. Карпов В.В. Соціологія музею у контексті парадигми музейної діяльності // Нові нерівності – нові конфлікти: шляхи подолання: тези доповідей та виступів учасників III Конгресу Соціологічної асоціації України – Харків: Харківський нац. ун-т ім. В.Н Каразіна, 2017. – с. 400-401.

Дмитро Кенін

(Київ)

АРХЕОЛОГІЧНА СПАДЩИНА: ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ЕКСПОНУВАННЯ

У європейській музейній, пам'яткоохоронній та реставраційній практиці накопичений значний досвід з музеєфікації пам'яток археології та створення відповідних музейних комплексів у природному ландшафті. Комплексний підхід із залученням різних фахівців дозволяє обирати оптимальну форму для використання нерухомої археологічної пам'ятки у музейно-екскурсійному туризмі. Значну увагу при цьому дослідники звертають на концепції організації архітектурно-археологічних експозицій *in situ* [1; 2; 4; 5; 6; 7; 8; 10; 12; 13; 14]. Загальна характеристика сучасного стану пам'яткоохоронної справи у регіонах України узагальнена у низці праць [11; 9].

Мета доповіді полягає у розгляді загальних підходів до музеєфікації археологічних комплексів та окремих об'єктів.

Проведення музеєфікації пам'яток як технологічного процесу залежить від виду, типу та стану збереженості розкритого комплексу чи окремого об'єкта. Етапами музеєфікації є наступні: археологічні, архітектурно-археологічні (за необхідності), геолого-гідрологічні дослідження, консервація, у виняткових випадках, реставрація та реконструкція відкритих споруд, інженерний благоустрій території та створення експозиції на основі нерухомих та рухомих пам'яток. При музеєфікації необхідно враховувати структурні елементи культурного шару –